

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melaksanakan kerja magang di PT Future Mediatrix Group pada bagian *digital marketing communication*. Penulis dibawah langsung oleh Dennish Wijaya, selaku *Project Manager*, sehingga tugas utama penulis adalah membantu *Project Manager* dalam menjalankan kegiatan *digital marketing communication* bagi klien atau dalam proyek tertentu. Pembagian tugas dan tanggung jawab biasanya diberikan melalui aplikasi zoom atau whatsapp *group* yang dibagi berdasarkan proyek. Setiap proyek yang dikerjakan memiliki penanggung jawab yang berbeda dan tim yang berbeda pula. Setiap group whatsapp beranggotakan CEO, *brand dan marketing expert*, penanggung jawab proyek, *project manager*, dan tim pelaksana yang terdiri dari bagian *marketing, creative* serta *finance*.

Dalam setiap proyek, penanggung jawab akan membagi tugas kepada seluruh anggota tim. Koordinasi dilakukan pada *group* whatsapp yang sudah terbagi berdasarkan proyek. Hasil yang dikerjakan oleh tim nantinya akan diberikan kepada *project manager* untuk dievaluasi. Setelah itu, hasil tersebut akan diberikan kepada CEO untuk meminta persetujuan akhir. Setelah disetujui, maka proposal akan diberikan kepada klien.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama kegiatan praktik kerja magang, kegiatan utama yang dilakukan adalah di bidang *digital marketing communication*. Penulis diikutsertakan dalam pembuatan proposal yang akan di pitching kepada klien dan menjadi salah satu panitia di acara yang akan berlangsung. Tugas yang diberikan oleh pembimbing magang secara garis besar terbagi menjadi empat, yaitu membuat proposal, membuat rangkaian acara pada *event*, membuat konten sosial media, dan mencari vendor *event*. Detail tugas yang diberikan sangat bervariasi, mulai dari mencari ide konten untuk *social media*, membuat konten wawancara untuk *social media* klien, melakukan riset data, dsb. Dalam mengerjakan tugas-tugas tersebut, dibutuhkan

keahlian, kesabaran, dan tanggung jawab yang penuh agar tugas yang diberikan dapat dikerjakan dengan maksimal dalam batas waktu yang ditentukan. Oleh karena itu, penulis tidak segan untuk bertanya kepada pembimbing magang atau tim proyek agar tidak terjadi kesalahpahaman dan meminimalisir kesalahan dalam melakukan tugas.

Tabel 3.1 Timeline Aktivitas Praktik Kerja Magang

Aktivitas	Minggu ke											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Membuat proposal untuk klien												
Membuat rangkaian acara pada <i>event</i>												
Membuat konten <i>social media</i>												
Mencari vendor untuk event												

(Sumber: Olahan Penulis, 2020)

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mendapatkan tugas untuk melakukan *digital marketing communication*. Berikut merupakan penjelasan tahapan dan proses yang penulis lakukan

1. Membuat proposal untuk klien

Dalam kegiatan magang di PT Future Mediatrix Group, membuat proposal untuk klien adalah kegiatan yang dilakukan secara rutin. Proposal berisi rancangan yang ditawarkan oleh pihak *agency* kepada klien yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan klien. Selama kerja magang, penulis sudah membuat beberapa proposal untuk NXP, NSL, Abba Source, Janome, Yamaha, Blacklist Coffee Roasters. Isi proposal berupa *initial findings, strategy and concept, creative expression, dan project plan*. Proposal ini akan dikerjakan bersama tim proyek yang sudah ditentukan. Setiap pembuatan proposal tidak selalu mengerjakan bagian yang sama, pembagian tugas tergantung dari penanggung

jawab proyek. Tujuan pembuatan proposal adalah membuat serangkaian strategi yang dirancang oleh PT Future Mediatrix Group kepada calon klien, agar hasil proposal yang telah dibuat dapat dipertimbangkan oleh pihak calon klien. Untuk membuat proposal, terdapat beberapa tahapan agar pembuatan proposal mendapatkan hasil yang maksimal. Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam membuat proposal untuk klien:

- Menentukan pangsa pasar: hal ini dilakukan agar strategi yang dibuat oleh tim marketing tepat sasaran
- Menentukan kompetitor: hal ini dilakukan agar strategi yang dibuat dapat melebihi atau mengambil pangsa pasar dari kompetitor
- Menentukan budget untuk melakukan *advertising*: hal ini sangat penting dilakukan karena semua strategi yang dibuat berdasarkan budget yang diberikan oleh klien dan perlu dilakukan agar pemasaran berjalan dengan efektif dan optimal
- Membuat strategi untuk ditawarkan kepada klien: setelah merancang strategi yang sudah dibuat, maka hasilnya akan diberikan kepada klien.
- Membuat presentasi: tahap terakhir adalah presentasi yang menarik untuk dipresentasikan kepada klien..

Gambar 3.1 Contoh Proposal Janome



(Sumber: Dokumen Pribadi)

Gambar 3.2 Contoh Proposal NXP



(Sumber: Dokumen Pribadi)

Gambar 3.3 Contoh Proposal Abba Source



(Sumber: Dokumen Pribadi)

Gambar3.4 Contoh Proposal Blacklist coffee Roasters



(Sumber: Dokumen Pribadi)

2. Membuat rangkaian acara pada *event*

Dalam kegiatan kerja magang PT Future Mediatrix Group telah berhasil mendapat kesepakatan dengan klien Nippon untuk membuat sebuah *event offline*. *Event* ini bertujuan untuk meluncurkan produk oli terbarunya. Oleh karena itu, penulis

mendapatkan kesempatan untuk ikut serta dalam proses pembuatan acara tersebut.

Penulis diberikan tugas oleh penanggung jawab acara untuk membuat *rundown* dan mempersiapkan berbagai kebutuhan yang diperlukan di hari acara. Daftar acara yang sudah dirancang oleh penanggung jawab acara diberikan kepada penulis untuk dibuatkan *rundown* nya. Selain membuat susunan acara, penulis juga mempersiapkan kursi dan meja yang dibutuhkan, *sound system*, dan lagu Indonesia Raya untuk dinyanyikan saat pembukaan acara. Selama proses pembuatan *rundown*, segala bentuk tugas harus diberikan terlebih dahulu kepada *project manager* untuk dievaluasi. Tetapi, karena tingkat covid 19 semakin tinggi, maka acara ini harus tertunda hingga waktu yang tidak bisa ditentukan.

Gambar 3.5 Rundown Acara

RUNDOWN ACARA						
Waktu	Tempat	Isi Acara	MC	Host	Penyanyi	Penyanyi
08.00 WIB	1'	Pembukaan MC	MC: Mengucapkan selamat datang dan terima kasih kepada semua tamu undangan yang hadir di acara ini.	Anggi		
08.30 WIB	1'	Pembacaan MC	MC: Membacakan sambutan dari Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Pekanbaru.			
09.00 WIB	10'	Melaksanakan Indonesia Raya				
09.30 WIB	1'	Berdoa	CFD/CMH			
09.45 WIB	10'	Sambutan MC	MC: Menyampaikan sambutan dari Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Pekanbaru.			
10.00 WIB	10'	Speech dan Pohon Negeri	MC: Menyampaikan sambutan dari Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Pekanbaru.			
10.45 WIB	20'	Pembacaan PPA sebagai pernyataan pertanggung jawaban	MC: Menyampaikan sambutan dari Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Pekanbaru.			
11.45 WIB	60'	Pengantar Pustaka dan Laporan	MC: Menyampaikan sambutan dari Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Pekanbaru.			
12.00 WIB	10'	Pembacaan MC	MC: Menyampaikan sambutan dari Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Pekanbaru.			
12.05 WIB	1'	MC Pembukaan	MC: Menyampaikan sambutan dari Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Pekanbaru.			
12.05-14.00 WIB	2 jam	Acara Talk Show				
14.00 WIB	10'	Pembacaan Bungkusan Cerdas				
14.15 WIB	10'	Gamers				
14.30 WIB	10'	Pembacaan Acara MC				
Hanya Acara: Product Launch 100% by 20 Tahun Oti & Energi						
Tema: Energi Masa Depan						

(Sumber: Dokumen Pribadi)

3. Membuat konten *social media*

Salah satu tugas *digital marketing communication* tidak luput dari membuat konten *social media*, Dalam proses kerja magang, penulis diberi tugas untuk membantu *project manager* dalam membuat konten *social media* di *Instagram* milik klien BPK Penabur. Dalam membuat konten *social media*, terdapat beberapa tahapan agar konten yang dihasilkan dapat menarik perhatian, *up-to-date*, dan sesuai dengan klien. Berikut tahapan-tahapan yang penulis lakukan dalam membuat konten *social media*:

- Mencari referensi konten yang serupa, agar penulis memiliki gambaran mengenai konten yang akan dibuat dan konten tersebut menjadi menarik
- Melihat konten kompetitor. Dalam hal ini, melihat konten *social media* dari sekolah lain perlu dilakukan agar memiliki gambaran dan menjadi bahan perbandingan untuk konten yang akan dibuat.
- Melakukan riset topik yang sedang *trending* untuk dijadikan sebagai konten, agar konten yang dibuat bisa relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Gambar 3.6 Konten Social Media



(Sumber: Instagram bpkpenaburofficial)

Gambar 3.7 Konten Social Media



(Sumber: Instagram bpkpenaburofficial)

Gambar 3.8 Konten Social Media



(Sumber: Instagram bpkpenaburofficial)

4. Mencari vendor untuk *event*

Penulis mendapatkan kesempatan untuk ikut serta dalam pembuatan event NXP. NXP adalah sebuah event yang dibuat oleh

brand Nippon untuk meluncurkan oli terbarunya. Penulis diberikan tugas untuk mencari beberapa barang untuk dijadikan *souvenir*. Dalam mencari vendor untuk *event* NXP, penulis mencari kebutuhan *event* seperti sarung tangan, masker, dan tas *spunbond*. Tahap pencarian dilakukan melalui *marketplace*. Setelah menemukan beberapa contoh dan harga, bukti *screenshot* diberikan kepada Dennish Wijaya sebagai *Project Manager* yang akan mempertimbangkan kesesuaian produk dengan keinginan klien. Setelah klien setuju, penulis akan melakukan pembelian dengan jumlah yang sudah ditentukan. Tetapi, acara ini harus tertunda dengan waktu yang tidak bisa ditentukan karena tingkat covid 19 yang semakin meningkat menjelang event berjalan.

Gambar 3.9 Pencarian Tas Spunbond



(Sumber: Shopee)

Gambar 3.10 Pencarian Sarung Tangan



(Sumber: Tokopedia)

Gambar 3.11 Pencarian Masker



(Sumber:Shopee)

3.4 Kendala Dan Solusi

3.4.1 Kendala

Dalam melaksanakan kerja magang di PT Future Mediatrix Group penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman baru. Meski demikian, dalam prosesnya penulis juga mengalami beberapa kendala selama melakukan kerja praktik magang, yaitu:

1. Bekerja dari rumah (WFH) membuat penulis mengalami kendala dalam berkomunikasi dengan pembimbing magang dan rekan kerja lainnya.
2. Pada awal kerja magang, penulis belum memahami cara kerja *marketing communication* di PT Future Mediatrix Group
3. Jam kerja yang sangat fleksibel terkadang menjadi kendala karena penulis tidak tahu kapan tugas akan diberikan.

3.4.2 Solusi

Penulis harus mampu menemukan solusi dari beberapa kendala tersebut agar penulis tetap bisa melaksanakan tugas dengan maksimal dengan cara:

1. Penulis memanfaatkan aplikasi seperti *whatsapp* dan *zoom* secara maksimal agar komunikasi tetap berjalan dengan baik.
2. Penulis mempelajari cara kerja *marketing communication* di PT Future Mediatrix dengan cara bertanya kepada pembimbing magang lapangan, mengamati proses kerja, dan belajar mandiri.
3. Penulis tetap *stand-by* di luar jam kerja agar tugas yang diberikan dapat dikerjakan tepat waktu.